

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Adapun objek penelitian dilakukan hanya pada pengguna *Facebook* dalam jual beli *Hotwheels* pada anggota komunitas *Diecast Toys Malang* (DTM) Kota Malang.

B. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah survey yang dilakukan pada anggota komunitas DTM *Hotwheels* Malang, dimana peneliti melakukan observasi dalam pengumpulan data, peneliti hanya mencatat data seperti apa adanya, menganalisis dan mencatat data tersebut. Menurut (Singarimbun, 2008:3) Penelitian *survey* adalah informasi yang dikumpulkan dari *responden* dengan menggunakan kuisioner dan secara umum dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan atas sampel dan populasi untuk mewakili seluruh populasi.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variable dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variable tersebut (Sanusi, 2011).

Tabel 3.1 Tabel operasional variabel penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Kepercayaan Konsumen (X1), Kecenderungan alami seseorang untuk percaya pada <i>facebook</i> dan kualitas situs <i>website</i>	1. Rekomendasi dari teman komunitas <i>online</i> akan menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap jual beli <i>online</i> di media <i>facebook</i> . 2. Menggali informasi atau memberikan informasi dari teman komunitas akan menimbulkan kecenderungan percaya seseorang terhadap jual beli di media <i>facebook</i> . 3. Situs <i>e-commerce C2C facebook</i> memberikan pelayanan yang mudah dalam jual-beli <i>online</i> . 4. Penyalahgunaan transaksi dalam jual beli pada <i>facebook</i>	Skala likert 1-5
2.	Kemudahan (X2) adalah Suatu proses dimana Konsumen dapat dengan mudah menggunakan suatu teknologi, <i>internet</i> sebagai sarana pembelian <i>online</i>	1. Mudah dipelajari 2. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang diinginkan. 3. Penggunaan lebih efisien waktu 4. kesulitan dalam melakukan transaksi	
3	Keputusan Pembelian (Y), Suatu proses dimana konsumen menentukan sebuah keputusan apakah akan melakukan transaksi pembelian secara online atau tidak	1. Kenyamanan dan keyakinan dalam bertransaksi. 2. Teman komunitas memberi Keyakinan dalam membeli 3. Kualitas produk memberi keyakinan dalam bertransaksi. 4. Kebiasaan dalam membeli produk pada media <i>facebook</i> .	

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah obyek penelitian atau keseluruhan dari unit, unsur individu atau obyek yang menjadi sumber sampel untuk diteliti keadaan dan sebabnya.

Menurut Malhotra dalam buku Widayat (2004:93), populasi adalah keseluruhan kelompok dari orang-orang, peristiwa, atau barang-barang yang diminati oleh peneliti untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah individu anggota komunitas *Diecast Toys Malang (DTM)* di Kota Malang dengan populasi 2.084 anggota yang menggunakan media *Facebook* sebagai sarana jual-beli *Online Hotwheels*.

2.Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat *representative*. Suatu sampel yang tidak *representatif* terhadap setiap anggota populasi berapapun ukuran sampel itu, tidak dapat di generalisasi untuk menjelaskan sifat populasi dimana sampel di ambil. (Morrisan, 2002:109). Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* yaitu pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Menggunakan *simple random sampling* yaitu tehnik yang dilakukan secara acak sehingga setiap kasus atau elemen dalam populasi memiliki kesempatan yang sama besar untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Penentuan pengambilan sampel apabila kurang dari 100 populasi lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah populasi besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2008:116). Dalam pengertian bahwa orang-orang yang dijadikan sampel oleh peneliti adalah pengguna *Facebook* di DTM Kota Malang yang

melakukan pembelian *Hotwheels* dengan jumlah 208 responden yang diambil 10% dari jumlah populasi.

E. Metode dan Prosedur Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Data primer :sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui survey lapangan yang dilakukukan menggunakan menyebarkan kuesioner (Wiyono, 2011). Dalam hal ini, data primer diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada pembeli yang melakukan pembelian *Hotwheels* di media *Facebook*.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dan akan dijawab oleh responden. Peneliti beralasan bahwa pemilihan kuesioner sebagai metode dalam pengumpulan data dikarenakan kuesioner merupakan pengumpulan data yang sangat *luwes* dan mudah digunakan (Wiyono, 2011). Peneliti memilih responden pada komunitas *Hotwheels* di DTM kota Malang yang menggunakan *Facebook* sebagai saran jual beli *online*.

Dalam membuat pertanyaan pada kuesioner. Ada beberapa pertanyaan menggunakan kuesioner terbuka, karena responden dapat memberikan isi yang sesuai kehendak dan keadaannya. Angket terbuka dipergunakan apabila

peneliti belum dapat memperkirakan atau menduga kemungkinan alternative jawaban yang ada pada responden.

G. Teknik Pengukuran Variabel

1. Skala Likert

Teknik pengukuran variabel dengan menggunakan skala likert untuk memberikan nilai terhadap jawaban responden. Skala likert adalah salah satu skala yang paling banyak digunakan pada penelitian sosial. Pada skal likert, peneliti harus merumuskan sejumlah pernyataan mengenai suatu topik tertentu, dan responden diminta memilih apakah ia sangat setuju, setuju, ragu-ragu/tidak tahu/netral, tidak setuju, atau sangat tidak setuju dengan berbagai pernyataan tersebut (Morissan, 2012:88). Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan di ukur dengan bobot hitung 1-5.

Tabel 3.2 Skala Likert

Lingkari salah satu jawaban dari pernyataan berikut ini					
Pertanyaan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
Saya tertarik dengan kuliah metode riset	5	4	3	2	1

Parameter Jawaban:

Skor 5 (SS)= Menunjukkan bahwa kepercayaan (sangat percaya), kemudahan (sangat mudah) dan keputusan pembelian (sangat puas).

Skor 4 (S) = Menunjukkan bahwa kepercayaan (percaya), kemudahan (mudah) dan keputusan pembelian (puas).

Skor 3 (N) = Menunjukkan bahwa kepercayaan (cukup percaya), kemudahan (cukup mudah) dan keputusan pembelian (cukup puas).

Skor 2 (TS) = Menunjukkan bahwa kepercayaan (tidak percaya), kemudahan (sulit) dan keputusan pembelian (tidak puas).

Skor 1 (STS) =Menunjukkan bahwa kepercayaan (sangat tidak percaya), kemudahan (sangat sulit) dan keputusan pembelian (sangat tidak puas).

H. Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin di ukur. Valid berarti instrumen tersebut dapat di gunakan untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang di gunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Dengan demikian validitas memiliki arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurnya dan kaitanya dengan tujuan pengukuran. Ketepatan pengujian suatu hipotesa tentang pengaruh variabel penelitian tergantung pada kualitas data yang di pakai dalam pengujian tersebut.

Pada Penelitian ini, digunakan validitas person berdasarkan rumus *korelasi product moment*. Adapun kriteria pengujian adalah:

Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tidak terdapat data yang valid sedangkan Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ terdapat data yang valid. Nilai r_{hitung} diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (1)$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor tiap butir

Y = Skor total

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana instrument tersebut diberikan hasil yang relatif sama bisa dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Suatu Instrument yang mempunyai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrument tersebut mantap. Suatu alat ukur mantap tidak berubah-ubah pengukurannya, artinya meskipun alat itu digunakan berkali-kali akan memberikan hasil yang hampir serupa.

Dengan penelitian ini, reliabilitas diukur dengan metode konsistensi internal dengan teknik *Reliabilitas Alpha* (Aruikunto, 2006:192). Dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right) \quad (2)$$

Keterangan:

k = Banyaknya belahan tes

s_j^2 = Varian belahan j; j = 1,2,...,k

s_x^2 = Varian Skor Tes

Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reliabilitas instrumen diatas 0,6 atau 60%, berarti terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%. Sebaliknya jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%.

I. Teknik Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi :

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. “Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal” (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini digunakan cara analisis *plot* grafik histogram. Analisis normalitas data dengan menggunakan grafik histogram dilakukan dengan cara melihat apakah posisi histogram berada di tengah-tengah atau tidak. Apabila posisi histogram sedikit menceng ke kiri ataupun ke kanan, maka data tidak berdistribusi secara normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah tipe sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah melihat normal *propability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. “Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal,

maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya” (Ghozali, 2005).

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011:105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksinya yaitu dengan cara menganalisis nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* mendekati angka 1 dan VIF dibawah angka 10 maka regresi bebas dari *multikolinieritas*.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model inilah yang diharapkan terjadi. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, penelitian ini menggunakan grafik *plot* antara nilai prediksi variabel dependen. Uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik

plot antara nilai prediksi variabel bebas, yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara *SRESID* dan *ZPRED* di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di *stadenditized*.

4. Rentang Skala

Untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan kepercayaan dan kemudahan digunakan instrument berupa kuisisioner dengan pengukuran menggunakan skala likert yang mempunyai lima tingkatan yang merupakan skala jenis ordinal. Dengan menggunakan dua instrument kepercayaan dan kemudahan yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan atau parameter yang akan diukur.

Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus:

$$\text{Rentang Skala (RS)} = \frac{n (m - 1)}{m}$$

Ket :

n = jumlah sample

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Maka akan menjadi:

$$RS = 208 (5-1) / 5 = 167$$

Sehingga akan terbentuklah tabel rentang skala sebagai berikut:

Tabel 3.3 Rentang Skala

No	Skala	Kepercayaan	Kemudahan	Keputusan Pembelian
1	208-374	Sangat Tidak Percaya	Sangat Sulit	Sangat Tidak Puas
2	375- 541	Tidak Percaya	Sulit	Tidak Puas
3	542- 708	CukupPercaya	Cukup Mudah	Cukup Puas
4	709- 878	Percaya	Mudah	Puas
5	879- 1045	Sangat percaya	Sangat mudah	Sangat Puas

J. Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel independen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi *probabilistik*. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \quad (3)$$

Keterangan :

a = konstanta

$b_1..b_3$ = koefisiensi regresi

Y = variabel keputusan pembelian

X_1 = variabel kepercayaan

X_2 = variabel kemudahan

e = tingkat kesalahan/eror

K. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen.

Kriteria yang digunakan adalah:

1. $H_0 : b_i = 0$, artinya suatu variabel kepercayaan dan kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
2. $H_1 : b_i > 0$, artinya suatu variabel kepercayaan dan kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:
 1. Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$).
 2. Distribusi t dengan derajat kebebasan ($n - k$).
 3. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara parsial

masing-masing variabel independen (kepercayaan dan kemudahan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) pada komunitas DTM Malang.

4. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial masing-masing variabel independen (kepercayaan dan kemudahan) terhadap variabel (keputusan pembelian) pada komunitas DTM Malang.

2. Uji Dominan/Terbesar (Koefisien β Standarisasi)

Untuk menguji pengaruh dominan menggunakan *coefficients beta standarized*, dimana masing-masing nilai *coefficients beta* tersebut dibandingkan dan diambil yang terbesar, maka variabel yang mempunyai *coefficients beta standarized* tersebut adalah variabel yang dominan.